



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**PLAN DE MARKETING PARA LA PROMOCIÓN
TURÍSTICA DE LA RESERVA NACIONAL DE
CHAPARRÍ EN EL DISTRITO DE CHONGOYAPE,
CHICLAYO - 2014.**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADOS EN ADMINISTRACIÓN**

Autores:

Bach. Lara Esquivel Juliana Katerine

Bach. Sánchez Bernilla George Jonathan

Pimentel, Perú - 2014

RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación fue proponer un plan de marketing para la promoción turística de la Reserva Nacional de Chaparrí en el distrito de Chongoyape, Chiclayo.

Se realizó un estudio de tipo descriptivo con un diseño no experimental, tomando como muestra a la población de Chiclayo de quienes se determinó encuestar a 196 personas utilizando el método estadístico para una población infinita. Los métodos utilizados fueron el inductivo, Deductivo y el analítico. La información fue recogida con el método de la encuesta utilizando como instrumento al cuestionario.

Los resultados muestran que 70% de los encuestados prefiere un turismo de naturaleza, y la reserva nacional de Chaparrí es ideal para este segmento de mercado. se concluye que en las características de un plan de marketing para la Reserva Nacional de Chaparrí se debe considerar las estrategias promocionales enfocadas al producto turístico, los precios, la plaza y la promoción que sean más efectivas para la promoción turística de la reserva.

ABSTRACT

The main objective of this research was to propose a marketing plan to promote tourism in the National Reserve in the district Chaparrí Chongoyape, Chiclayo.

Descriptive study with a non-experimental design, taking as sample of the population of Leeds who was determined to survey 196 people using the statistical method for an infinite population was conducted. The methods used were inductive. Deductive and analytical. The information was collected with the survey method using questionnaire as an instrument.

The results show that 70% of respondents prefer a nature tourism and Chaparrí National Reserve is ideal for this market segment. is concluded that the characteristics of a marketing plan for the National Reserve Chaparrí should consider promotional strategies aimed at tourism product, pricing, place and promotion to be more effective in promoting tourism in the reserve.